

# 特定商取引法 基礎編

## 解答

〔設問 1〕 基礎問題

正答：②

法：第1条

特定商取引法は、特定商取引を公正なものとし、消費者等が不当な損害を受けることのないよう必要な措置を講ずることにより、消費者の利益の保護と適正かつ円滑な商品等の流通及び役務の提供を達成することにあるとしています。この法では、販売方法等が有する特殊性から消費者が不当な損害を被る恐れがあるとして、「訪問販売」、「通信販売」、「電話勧誘販売」、「連鎖販売取引」、「特定継続的役務提供」、「業務提供誘引販売取引」、「訪問購入」の7形態を特定商取引の対象と定めています。

〔設問2〕 基礎問題

正答：③

法：第9条、第24条、第40条、第48条、第58条、第58条の14

クーリング・オフは、消費者保護の観点から定められた制度であるので、定められた期間内であれば、いかなる理由であっても消費者は契約解除の申入れができます。契約が不本意なものであったかどうかなどの状況は関係ありません。

また、取引形態によって期間は違っており、訪問販売、電話勧誘販売、特定継続的役務提供、訪問購入の場合は契約締結の日から8日間、連鎖販売取引及び業務提供誘引販売取引の場合は契約締結の日から20日間となっています。通信販売は消費者の自由な選択による商品等の購入となるためクーリング・オフ制度は設けられていません。

契約書にクーリング・オフの記載がない場合や、契約書を消費者に渡していない場合などは、提示されるまでクーリング・オフが有効となります。

〔設問3〕 訪問販売

正答：②

法：第3条

訪問販売は、基本的に相手方(消費者)にとって不意に勧誘を受けるものであるため、勧誘そのものを望まない状況であることが多数です。そのため、事業者が契約を勧誘する目的で訪問したにもかかわらず、「アンケートを取らせてください。」「点検にきました。」などと本来の目的を隠して消費者に近づくことは、消費者が勧誘を受けるか拒否するかを判断する最初の重要な機会を奪うこととなります。

このため、勧誘をはじめる前に、販売業者又は役務提供者の氏名又は名称、売買契約又は役務提供契約の締結について勧誘する目的である旨及び当該勧誘に係る商品若しくは権利又は役務の種類を明らかにしなければいけません。

#### 〔設問4〕 訪問販売

正答：②

法：第7条第4項

「迷惑勧誘」とは客観的にみて、消費者が迷惑を覚えるような方法のことを指しています。消費者が「迷惑だから帰ってくれ」と言ったかどうか等の事実はありません。

Cさんの行為も、消費者の都合とは言っても、長時間に及び深夜に至る勧誘であり、客観的にみると迷惑勧誘に該当します。今回の設問例のように、遅い時刻からの勧誘は、短時間で終わらせるよう心がけ、早めに切り上げましょう。

(迷惑な勧誘方法の例)

- ・ 正当な理由なく午後9時から午前8時までの間といった不適切な時間帯での勧誘行為
- ・ 長時間にわたる勧誘行為
- ・ 執拗に何度も勧誘する行為

〔設問5〕 訪問販売

正答：③

法：第4条第5号、第5条

クーリング・オフに関する事項は、消費者の権利を守ること及び、消費者がその内容を理解することにより後日のトラブルを防ぐ意味からも重要です。そのため、書面を受け取った消費者がすぐにクーリング・オフの内容がわかるよう、省令において以下のように規定しています。

1) 書面には書面の内容を十分に読むべき旨を赤枠の中に赤字で記載しなければいけない

2) 書面には日本工業規格 Z8305 に規定する8ポイント以上の大きさの文字及び数字を用いなければいけない

〔設問6〕 訪問販売

正答：③

法：第2条1項、2項

サイト等で知り合った消費者にセールスの目的を隠して飲食に誘う場合や路上でアンケートを頼み店舗に連れて行く場合は、消費者に声をかけた際に「セールス」のためであることを告げておらず、消費者にとっては勧誘されることを予期できず、不意に勧誘されることとなります。また、勧誘のきっかけもメールや路上といった、店舗以外の場所になっています。

選択肢にあるようにサイトで知り合った消費者等に勧誘をする行為をアポイントメントセールス、路上で声をかけ店舗に連れていく行為をキャッチセールスと言い、訪問販売に分類されています。

〔設問7〕 訪問販売

正答：①

法：第9条第2項

クーリング・オフの効力は、クーリング・オフを行う旨を記載した書面を消費者が発信したときに発生します。事業者が書面の受領を拒否したり、不在・転送先不明等で書面が返送されたとしても、クーリング・オフの効力は有効です。また、クーリング・オフ期間を経過した後に届いた書面でも、発信日がクーリング・オフ期間内であれば有効となります。

〔設問 8〕 通信販売

正答：①

法：第 15 条の 2

通信販売は、消費者自らが商品を選択し購入できることなどから、法律上クーリング・オフ制度は設けられていません。その代わりに、返品制度の有無とその内容を返品特約として必ず表示しなければいけない決まりとなっています。今回の問題では、F 社は、「返品を受け付ける」と特約を規定しているため、返品理由を問わずに返品を受け付けなければなりません。

特定商取引法では返品制度の設置は事業者の自由としていますが、仮に、事業者側が返品特約を表示していない場合には、商品の引渡し（または、指定権利の移転を受けた）日から起算して 8 日を経過するまでの間は、消費者の申入れにより売買契約の解除を行うことができるとされています。

〔設問9〕 通信販売

正答：①

法：第15条第2項

通信販売による送料は、基本的に消費者側の負担となります。

これは通信販売が、訪問販売や電話勧誘販売とは異なり、消費者自らが積極的に取引に参加し、商品を選定して購入しているためです。

そのため、事業者側は消費者に負担してもらう送料についてわかりやすく記載をしなければなりません。

サービスとして事業者が送料を負担することも可能です。そのような場合は「送料無料」等の表示を記載しましょう。

〔設問 10〕 通信販売

正答：①

法：第 11 条 第 12 条 省令：第 8 条

特定商取引法では、通信販売の広告上に記載しなければならない事項が定められています。

例えば、送料の表示は購入者が負担する費用を金額で表示することが定められています。ただし、広告のスペースが足りずやむを得ない場合は、送料のおよその目途をたて得る表示でも可能です。

通販は購入を決める手段がその広告のみであることから、著しく事実に相違する表示や、実際のものよりも著しく優良、若しくは有利であると消費者に誤認させるような誇大広告は禁止されています。

また、法人個人ともにはショップ名や屋号、通称、サイト名だけではなく、代表者名を必ず記載しましょう。

〔設問 1 1〕 電話勧誘販売

正答：③

法：第 17 条

特定商取引法には、「再勧誘の禁止」が定められていて、一度断られた消費者には、勧誘をしてはいけないことになっています。

会社名、担当者名、商品の概要を告げない場合は、「販売目的等不明示」に該当しますので、消費者へ勧誘を始める際には、必ず、会社名、担当者名とご案内する商品の概要を告げるようにしましょう。

また、断っているのに勧誘を続ける場合は、「迷惑勧誘(再勧誘)」となります。十分気を付けましょう。

〔設問 1 2〕 電話勧誘販売

正答：③

法：第 19 条

電話勧誘行為により契約の申込みを受けた場合、若しくは売買契約を締結した場合は、書面を交付する必要があります。契約後すぐに商品の発送を行う場合でも、書面を交付する必要があります。また、契約書面は「遅滞なく」交付しなければならないと定められています。「遅滞なく」とは通常 3 日ないし 4 日以内をいいます。電話勧誘販売を行う際は正しい契約書面をしっかりと交付しましょう。

〔設問 13〕 特定継続的役務提供

正答：③

法：第 41 条

家庭教師の通常の契約は、特定継続的役務提供に当たりますが、体験授業は特定継続的役務提供には当てはまりません。あくまでも体験授業であるため、一定期間継続的に役務を提供されないからです。

結婚相談所（結婚相手紹介サービス）やパソコン教室のほかに、特定継続的役務提供には、エステティックサロンや学習塾、語学教室があります。

いずれも一定期間（エステは1か月、それ以外は2か月）、一定額（5万円）以上の役務の提供が要件となります。

〔設問 1 4〕 特定継続的役務提供

正答：②

法：第 41 条第 1 項

特定継続的役務提供とは、下記要件を満たす必要があります。

- 1) 事業者が
- 2) 特定継続的役務（第 41 条第 2 項で定義）を
- 3) 政令で定める期間を超える期間にわたり提供することを約し、
- 4) 政令で定める金額（5 万円）を超える金銭の支払いを約する契約を締結すること

期間については、エステの場合、1 ヶ月を超えることが、要件となっています。

また金額については、入学金、施設利用料等がある場合には、その代金も含めた契約金額の総額で判断します。したがって、役務の対価は無料でも、抱き合わせで販売される商品等の価額と合計した額が、5 万円を超えていれば、特定継続的役務提供に該当します。

〔設問 15〕 特定継続的役務提供

正答：②

法：第 42 条 省令：第 33 条 34 条

特定継続的役務提供の契約書面においては、提供する役務の時間数、回数等を書く必要があります。有効期間内ならば無制限に役務が受けられる契約内容である場合には、有効期間内において、提供される役務の時間数、回数等に制限がないことを記載する必要があります。

書面に記載する金銭の額は、総額のほか、内訳として、費目名並びに単価及び数量等の算定根拠を詳細に記載する必要があります。

役務を提供するにあたって、消費者が購入しなければならない商品がある場合は、その商品についても詳細に記載する必要があります。

消費者に納得して契約していただけるように、契約書はできる限り詳細に記載しましょう。